

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era modernisasi saat ini menuntut masyarakat untuk mengikuti setiap perubahan sekecil apapun. Tidak terkecuali terhadap perubahan gaya hidup seseorang saat ini, misalnya gaya hidup mengkonsumsi kopi yang semakin meningkat. Kopi merupakan salah satu jenis minuman yang disukai oleh sebagian besar masyarakat dan memang sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Kopi sangat mudah ditemukan, mulai dari warung pinggir jalan, *cafe*, maupun hotel berbintang menyediakan minuman kopi dengan berbagai jenis dan harga yang berbeda. *Coffee shop* di Indonesia biasa disebut warung kopi atau kedai kopi.

Menikmati kopi saat ini menjadi hal yang sudah biasa ada di kota-kota besar. Dengan meningkatnya konsumsi kopi yang ada pada masyarakat dewasa ini berdampak terhadap persaingan kedai atau *cafe* yang menjual kopi untuk memenuhi kebutuhan konsumen kopi yang semakin beragam.

Pemilik kedai atau *cafe* akhirnya dituntut untuk selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap kedai atau *cafe* tersebut, serta harus memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi agar usaha dapat terus bertahan.

Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan pengusaha dalam menjalankan bisnis yang dimana itu sangat berpengaruh dalam pertumbuhan penjualan untuk jangka waktu kedepannya.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler dalam Faradina 2016:233).

Jika produk atau jasa yang dijual jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk atau jasa tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi puas atau tidaknya konsumen seperti harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

Menurut Kotler (2010:138), kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Kualitas dari produk yang dijual harus dijaga untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Hal tersebut mutlak dilakukan oleh pemilik usaha yang sedang dikelola. Jika sebuah usaha akan bertahan hidup, maka haruslah memikirkan cara efektif agar dapat bersaing. Salah satu cara adalah dengan meningkatkan kualitas produk yang dikelola.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penting terhadap kepuasan konsumen, jika keinginan dan kebutuhan konsumen terpenuhi melalui pelayanan karyawan yang cepat dan tanggap kepada konsumen, respon dan komunikasi karyawan kepada konsumen maka konsumen akan merasa terpenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Harga juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang mana jika harga terlalu tinggi dan tidak sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen maka konsumen merasa tidak puas. Harga adalah besaran yang dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang dijual (Fadil dan Priyo, 2015:140).

Apabila konsumen merasa puas, maka konsumen akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.

Starbucks sendiri adalah perusahaan kopi dari Amerika yang sampai sekarang menjadi salah satu pemimpin gerai kopi di dunia. Saat ini, dengan lebih dari 200 gerai Starbucks Coffee di Indonesia. Starbucks tidak hanya menawarkan kualitas produk yang tinggi melainkan tetapi juga mengedepankan kesenangan dan kepuasan para pelanggan melalui pelayanan dan atmosfer tempat yang nyaman.

Starbucks menawarkan sebuah konsep kepada pelanggan dengan merubah pengalaman meminum kopi lalu menggabungkannya dengan berbagai jenis kopi yang berkualitas. Konsep ini membuat pelanggan puas atas produk yang diberikan Starbucks. Starbucks berfokus pada komitmen yaitu menyajikan produk-produk kreatif yang berbasis kopi unggulan dan makanan yang disajikan cocok untuk mendukung produk minuman kopinya seperti *pastry, cake* dan lain-lain.

Islam mengatur seluruh kehidupan yang berhubungan dengan manusia, seperti dalam pelaksanaan jual beli. Jual beli merupakan suatu bentuk interaksi antara sesama manusia, sebagai usaha dari manusia tersebut untuk mempertahankan dan memenuhi kebutuhan hidupnya.

Namun halal atau tidaknya meminum kopi dapat Islam berubah karena hal-hal seperti, kondisi orang yang meminumnya. Semisal, orang yang menderita suatu penyakit, dan salah satu pantangannya adalah tidak boleh minum kopi, maka

hukum minum kopi baginya bisa menjadi makruh atau bahkan haram tergantung dari seberapa besar efek negatif setelah meminumnya. Bisa juga hukumnya sunnah apabila dengan minum kopi menjadikan pikirannya lebih berkonsentrasi saat belajar atau bekerja, bahkan bisa menjadi wajib semisal bagi orang yang belum mengerjakan sholat tapi dia mengantuk berat, maka hukum meminum kopi menjadi wajib apabila cara itu dengan meminum kopi dia tidak mengantuk lagi dan bisa mengerjakan shalat.

Dalam Islam hukum meminum kopi adalah mubah, sebab hukum asal dari segala sesuatu adalah halal, karena pada hakekatnya semua yang diciptakan Allah adalah untuk kemanfaatan manusia. Berdasarkan firman Allah dalam Q.S. Al-An'am(6): 145) bahwasannya tiadalah aku peroleh dalam wahyu yang diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan bagi orang yang hendak memakannya. Artinya hukum meminum kopi dapat berubah dari hukum asalnya, yaitu mubah tergantung dari kondisi orangnya, waktunya dan tujuannya.

Berdasarkan dari permasalahan tersebut, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Starbucks Coffee Kota Kasablanka dan Ditinjau dari Sudut Pandang Islam”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada starbucks coffee kota kasablanka ?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada starbucks coffee kota kasablanka ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada starbucks coffee kota kasablanka ?
4. Apakah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada starbucks coffee kota kasablanka ?
5. Apakah pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen starbucks coffee ditinjau dari sudut pandang Islam ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Starbucks Coffee.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Starbucks Coffee.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Starbucks Coffee.
4. Untuk mengetahui harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Starbucks Coffee.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Starbucks Coffee ditinjau dari sudut pandang Islam.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak yang berkepentingan antara lain sebagai berikut :

1. **Manfaat Bagi Penulis**

Untuk menerapkan teori – teori dan pengetahuan yang didapat dibangku kuliah ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi dan juga menjadi pengetahuan tambahan.

2. **Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan bias menjadi bahan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui informasi tentang pengaruh dari harga, produk, dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

3. **Bagi Pembaca**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi maupun bahan studi banding bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji permasalahan serupa khususnya mengenai masalah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.